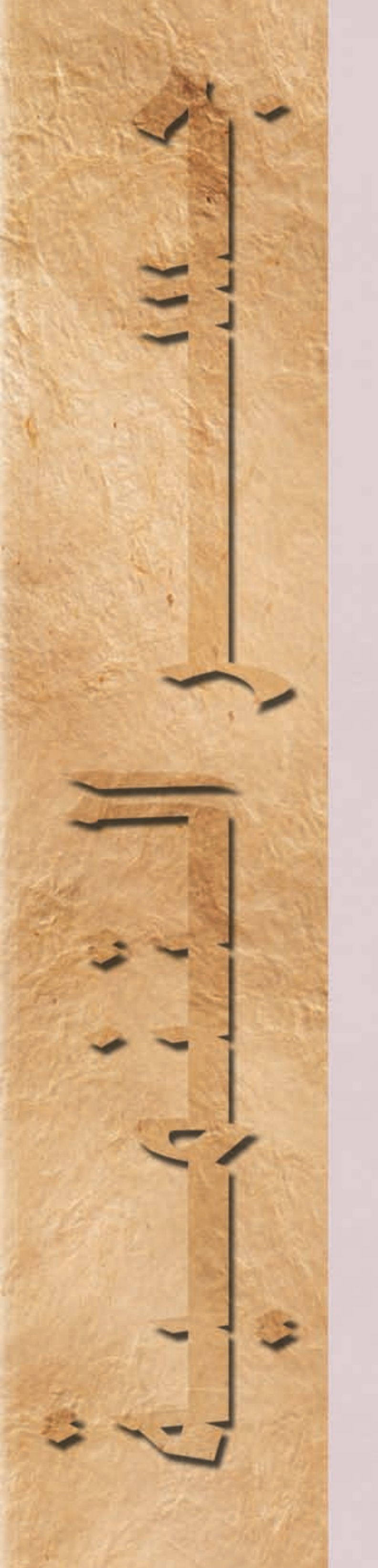


المعهد العربي للتخطيط بالكويت
Arab Planning Institute - Kuwait
منظمة عربية مستقلة



المسئولية الاجتماعية للشركات

سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية
العدد التسعون - فبراير/ شباط 2010 - السنة التاسعة

أهداف «جسر التنمية»

إن إتاحة أكبر قدر من المعلومات والمعارف لأوسع شريحة من أفراد المجتمع، يعتبر شرطاً أساسياً لجعل التنمية قضية وطنية يشارك فيها كافة أفراد وشرائح المجتمع وليس الدولة أو النخبة فقط. كذلك لجعلها نشاطاً قائماً على المشاركة والشفافية وخاضعاً للتقييم وللمساءلة.

وتأتي سلسلة «جسر التنمية» في سياق حرص المعهد العربي للتخطيط بالكويت على توفير مادة مبسطة قدر المستطاع للقضايا المتعلقة بسياسات التنمية ونظرياتها وأدوات تحليلها بما يساعد على توسيع دائرة المشاركين في الحوار الواجب إثارته حول تلك القضايا حيث يرى المعهد أن المشاركة في وضع خطط التنمية وتنفيذها وتقييمها من قبل القطاع الخاص وهيئات المجتمع المدني المختلفة، تلعب دوراً مهماً في بلورة نموذج ومنهج عربي للتنمية يستند إلى خصوصية الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمؤسسية العربية، مع الاستفادة دائماً من التوجهات الدولية وتجارب الآخرين.

والله الموفق لما فيه التقدم والإزدهار لأمتنا العربية،،،

د. عيسى محمد الغزالي
مدير عام المعهد العربي للتخطيط بالكويت

المحتويات

المسئولية الاجتماعية للشركات

إعداد : د. حسين الأسرج

أولاً: مقدمة

يكتسب الدور الاجتماعي للشركات والقطاع الخاص بشكل عام أهمية متزايدة بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية، التي صحبتها برامج اجتماعية كان ينظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انتفاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وإن كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات وأرباحا طائلة. وكان متوقعا مع تحول هذه المؤسسات إلى الملكية الخاصة وإعادة تنظيمها وإدارتها على هذا الأساس أن يتوقف دورها الاجتماعي، ولكن التطبيق العملي لتجارب الخصخصة أظهر أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضا استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها والمجتمعات التي تتعامل معها، كما يزيد من انتماء العاملين والمستفيدين إلى هذه الشركات. كذلك فقد أظهر التطبيق الفعلي أن كثيرا من قادة وأصحاب الشركات يرغبون في المشاركة الاجتماعية، وينظرون إلى العملية الاقتصادية على أنها نشاط اجتماعي ووطني وإنساني، يهدف في ما يهدف إليه إلى التنمية والمشاركة في العمل العام، وليست عمليات معزولة عن أهداف المجتمعات والدول وتطلعاتها.

إن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو استثمار يعود على الشركات بزيادة الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها والمجتمعات المتعاملة معها، كما يزيد من انتماء العاملين والمستفيدين لهذه الشركات.

وقد فرضت المسؤولية الاجتماعية للشركات نفسها قوة مؤخراً في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية. فمن ناحية، أثارت ردود أفعال مناهضي العولمة، منذ منتصف تسعينات القرن الماضي، وخاصة بعد قيام منظمة التجارة العالمية، الصدى العميق لدى الشركات المتعددة الجنسيات العملاقة حول دورها ومسؤولياتها الجديدة في مواجهة تنامي ظاهرة الفقر والإفقار في العالم، نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة الدولية. ومن ناحية ثانية، أعادت منظمات دولية غير حكومية لأصحاب الأعمال مثل المنظمة الدولية لأصحاب الأعمال التي تضم 137 اتحاد فيدرالي وطني لأصحاب الأعمال في 133 دولة تقييم أنشطتها والتدقيق في مواثيق إنشائها لتذكير أعضاءها بمسؤولياتهم الأساسية كممثلين للقطاع الخاص وكرموز لاقتصاديات السوق في عصر العولمة.

باحث اقتصادي – وزارة التجارة الخارجية والصناعة المصرية – Email:hossien159@gmail.com.

ومما أضفي على مناقشة هذه المسألة مزيداً من الأهمية والإلحاح أن موجبات المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تعني بالضرورة شريحة معينة من الشركات الوطنية والدولية، لان فلسفة هذه المسؤولية مستمدة من طابعها الاختياري المرن والشامل، بما يسمح ويشجع كل مؤسسة، أياً كان حجم ونطاق أعمالها، بانتهاج ما تراه مناسبا وملائما من الإجراءات والممارسات، وفقاً لإمكاناتها وقدراتها المادية، وبما يتجاوب مع حقائق السوق ومقتضياته. فالشركات التجارية والاقتصادية والمالية الوطنية والدولية، على حد سواء، ليست بمؤسسات خيرية وإنما هاجسها الأول هو تحقيق أكبر عائد من الربح على أصحابها. ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكيرها بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية حتى لا يكون تحقيق الربح عائداً عن تشغيل الأطفال والإخلال بالمساواة في الأجور وظروف وشروط العمل. علاوة على ما تقدم، فان ضرورة التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية تتعاظم دون أدنى شك في حالة وجود ثغرات في التشريعات الوطنية للدول التي تعمل فيها هذه الشركات، أي عندما لا تنظم مثل هذه التشريعات وتضبط مسائل الحقوق الأساسية المنصوص عليها في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان و إعلان منظمة العمل الدولية بشان المبادئ والحقوق الأساسية للإنسان في العمل وإعلان ريو حول البيئة والتنمية المستدامة، وغير ذلك من الصكوك الدولية التي تكفل حماية الحريات الأساسية للإنسان وحماية البيئة.

يهدف هذا العدد إلى دراسة المسئولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية في الدول العربية.

ثانياً: مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد.

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية. و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا. و لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع و التعليم.

كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل.

ويعرف الاتحاد الأوروبي المسئولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها، وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي، ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسئولية الاجتماعية هي مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسئوليتها تجاه المجتمع.

بالإضافة إلى التعريفات أعلاه، يقترح بعض الباحثين والمتخصصين تحويل مصطلح

المسئولية الاجتماعية إلى مصطلح الاستجابة الاجتماعية، حيث يتضمن المصطلح الأول نوعا من الإلزام، بينما يتضمن الثاني وجود دافع أو حافز أمام رأس المال لتحمل المسئولية الاجتماعية. وقد تعددت المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسئولية الاجتماعية، ومنها مواطنة الشركات والشركات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للشركات. وعلى الرغم من تعدد هذه المصطلحات، إلا أنها في النهاية تنصب على مساهمة الشركات في تحمل مسئوليتها تجاه أصحاب المصالح المختلفين. كما تتضمن المسئولية الاجتماعية عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، والقانوني،والإنساني، والأخلاقي، وتتركز في بعض المجالات، خاصة العمل الاجتماعي، ومكافحة الفساد، والتنمية البشرية،والتشغيل، والمحافظة على البيئة. وتستند المسئولية الاجتماعية لرأس المال إلى نظرية أصحاب المصالح، التي تنص على أن الهدف الأساسي لرأس المال يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لكل أصحاب المصالح؛ من حملة أسهم، وشركاء، وموردين، وموزعين، وعملاء وأيضا العاملين وأسرهم، والبيئة المحيطة والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. وتعد المسئولية الاجتماعية لرأس المال أداة رئيسية للوصول إلى هذا الهدف من خلال تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال. ويرى عدد من الباحثين أن المسئولية الاجتماعية لرأس المال هي الوسيلة التي تستخدمها الشركات لإدارة وتنظيم علاقاتها بالمتعاملين معها، ومن ثم تصبح برامج المسئولية الاجتماعية نوعا من الاستثمار الاجتماعي، الذي يهدف إلى بناء رأس المال الاجتماعي الذي يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي للشركات.

يقترح بعض الباحثين والمتخصصين تحويل مصطلح المسؤولية الاجتماعية إلى مصطلح الاستجابة الاجتماعية، حيث يتضمن المصلح الأول نوعاً من الالتزام، في حين يتضمن الثاني وجود دافع أو حافز أمام رأس المال لتحمل المسؤولية الاجتماعية. وقد تعددت المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومنها مواطنة الشركات، والشركات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للشركات.

وبالنظر إلى التعريفات السابقة، فإنه يمكن القول، بأنه لم يتم تعريف مفهوم المسئولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسئولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي إنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية. ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات حسب طبيعة البيئة المحيطة ونطاق نشاط الشركة وأشكاله، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية. وهذه المسئولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها صفة ديناميكية وواقعية، وتتصف بالتطور المستمر كي تتواءم بسرعة وفقاً لمصالحها، حسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

خلاصة القول، أن المسئولية الاجتماعية للشركات تعني تصرف الشركات على نحو يتسم بالمسئولية الاجتماعية والمساءلة، ليس فقط أمام أصحاب حقوق الملكية، ولكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم الموظفين والعملاء والحكومة والشركاء والمجتمعات المحلية والأجيال القادمة. ويعد مفهوم المساءلة مكونا

رئيسيا من المسئولية الاجتماعية للشركات، كما تعتبر التقارير الدورية للمسئولية الاجتماعية للشركات أداة تسعى هذه الشركات عن طريقها لطمأنة أصحاب المصلحة بأنها تعنى باستمرار بما يشغلهم على نحو استباقي وإبداعي عبر كل ما تقوم به من عمليات. وتتضمن تلك التقارير السياسات وإجراءات القياس والمؤشرات الرئيسية للأداء والأهداف في المجالات الرئيسية.

تعني المسؤولية الاجتماعية للشركات تصرف الشركات على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمساءلة، ليس فقط أمام أصحاب هذه الشركات، بل أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم الموظفين والعملاء والحكومة والشركاء والمجتمعات الأخرى والأجيال القادمة.

ويمكن ترجمة المسئولية الاجتماعية للشركات من خلال قيامها برعاية الأعمال المحلية وفي نفس الوقت تنمية أنشطتها، وكيفية تقاسم ثمار الرفاهية والرخاء، وأيضا نقل المهارات والتقنيات لأهالي المجتمعات المحلية، عن طريق:

- مد قنوات توزيعها وسلاسل إمدادها إلى الأعمال المحلية الصغيرة.
- تبني الممارسات التجارية العادلة ورعاية الصناعات المحلية.
- تقديم التمويل المتناهي الصغر ومرافق الاتصالات إلى المجتمعات المحلية.

ثالثاً: مظاهر احترام المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية على الصعيد الدولي

تتطلع كافة الدول المتقدمة منها والنامية في العصر الحديث إلى وضع استراتيجيات يرتكز عليها النمو الاقتصادي للمجتمع المحلي والدولي. وعليه، فقد ظهرت وتطورت مجموعة من التطلعات والحوافر التي من شأنها المساعدة على زيادة دمج ومشاركة الشركات في المسئولية الاجتماعية. كما لم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتقنية والإدارية عبر أنحاء العالم.

لم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتقنية والإدارية غير العالم.

وقد تبلورت على الصعيد الدولي عدة مرتكزات وأسس عمل، باتت تعد من قبيل المراجع الواقعية في تحديد نطاق وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. وفي هذا الخصوص يذكر ما يلي:

- مبادرات عالم الأعمال، ميثاق غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية المستدامة.

- مبادرات منظومة الأمم المتحدة والمنظمات الحكومية، إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات المتعددة الجنسيات والسياسية الاجتماعية الصادر عن منظمة العمل الدولية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بشان الشركات المتعددة الجنسيات، الميثاق العالمي.
- المبادرات الصادرة عن المنظمات غير الحكومية؛ توجيهات منظمة العفو الدولية في مسائل حقوق الإنسان في المؤسسات، المدونة الأساسية لممارسات العمل الصادرة عن الاتحاد الدولي للنقابات الحرة، والسكرتاريات المهنية الدولية.
- المبادرات ذات الطابع الحكومي الصادر عن حكومة الولايات المتحدة، الوثيقة البيضاء الصادرة عن المفوضية الأوروبية.
- المبادرات التجارية ، التي وضعتها المؤسسات العالمية ذاتها مثل مختلف مدونات السلوك الفردية، آليات التقارير. وجميع هذه المبادرات وغيرها لا تشكل نموذجاً عالمياً موحداً، ولا تفرض في حد ذاتها قيودا والتزامات على المؤسسات، وإنما هي أنماط وسلوك عمل يتسم بالمرونة والتنوع كي تسترشد بها المؤسسات صاحبة القرار في تحديد ما يلائمها ويتفق مع مصالحها وبرامج عملها وصولاً للنتائج المبتغاة منها.
- الميثاق العالمي للمسئولية الاجتماعية وهو مبادرة دولية صدرت في عام 1999، دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتحلي بروح المواطنة المؤسسية، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة.

ويعتبر الميثاق المسئولية الاجتماعية للشركات بأنها هي كل ما تقوم به الشركات، أياً كان حجمها أو مجال عملها، طواعيةً من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع ككل. والمسئولية الاجتماعية هي مسئولية كل شخص بالشركة وليست مسئولية إدارة واحدة أو مدير واحد. وتبدأ المسئولية الاجتماعية للشركات من التزام الشركات بالقوانين المختلفة خاصةً ما يتعلق بحقوق العاملين، والحفاظ على البيئة، وتنمية المجتمع. وتم تشجيع الشركات على الالتزام بالمبادئ العشر للميثاق العالمي للأمم المتحدة والتي يجب مراعاتها بشكل يومي عند اتخاذ كافة القرارات ووضع الإستراتيجيات. وتم تشجيع الشركات ليس فقط على الالتزام بتلك المعايير، وإنما أيضاً محاولة الامتناع عن عقد صفقات تجارية مع الشركات التي لا تحترم كل أو بعض تلك المعايير. تقسم المبادئ العشر للاتفاق العالمي للمسئولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات الى المجموعات الأربعة التالية :

(أ) حقوق الإنسان: المتمثلة في دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دوليا واحترامها، والتأكد من عدم الاشتراك في انتهاكات لها.

(ب) معايير العمل: المتمثلة في احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية، والقضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الإجباري، والقضاء على

عمالة الأطفال، والقضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.

(ج) المحافظة على البيئة: والمتمثلة في تشجيع إتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية، والاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة، وتشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها.

(د) مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشاوي.

رابعاً: اتجاهات نشر المسئولية الاجتماعية للشركات

يمكن نشر المسئولية الاجتماعية للشركات من خلال ثلاثة اتجاهات كما يلى:

- المساهمة المجتمعية التطوعية: يلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسئولية الاجتماعية للشركات حديثا نسبيا.ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي.
- العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة: غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسئولية الاجتماعية للشركات. وتستطيع أي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها، تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية. ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات. وتستطيع الشركات أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها. ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيم ومواثيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، كما تستطيع الشركات مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

يتم نشر المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المساهمة المجتمعية التطوعية، ومن خلال رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة، ومن خلال حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي.

- حشد التأييد المؤسسى وحوار السياسات والبناء المؤسسى: على الصعيد الداخلي، تقوم قيادات المسئولية الاجتماعية للشركات بوضع الرؤية وتهيئة المناخ العام الذي يمكن للعاملين من خلاله تحقيق التوازن المسئول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادىء.أما على الصعيد الخارجي، فإن كثيرا من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقومون بقيادة مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع، ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات.

خامساً: المسئولية الاجتماعية للشركات بين المشروعات الصغيرة والمتوسطة

إذا كان عدد من الشركات ينفق الأموال للحصول على شهادات الجودة (الأيزو) لتضيف قيمة لنفسها، فإن ما ينبغي عليها عمله تجاه الأنشطة الاجتماعية، هو اعتبارها استثماراً وليس عبئاً أو تكلفة غير مجدية. ورغم أن مجال المسئولية الاجتماعية لأغلب الشركات لا يزال في مرحلة الإنشاء وأن 90% من المديرين التنفيذيين يعلمون أنها تؤثر على سمعة شركاتهم، إلا أن 50% من الأفراد يعتقدون بأن العمل الاجتماعي

هو مسئولية الحكومات، لذلك فانه يتوجب تضافر الجهود ودمجها بين الشركات وبين القطاع الحكومي. وقد أوضحت الإحصاءات الدولية أن 86% من المستهلكين يفضلون الشراء من الشركات التي لديها دور في خدمة المجتمع، وأن 70% يرون أن المسؤولية الاجتماعية لها دور مهم جدا، كما أن 64% يشجعون فكرة أن تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات من معايير تقييم الشركات.

المسؤولية الاجتماعية للشركات هي منهج إداري يأخذ بعين الاعتبار دور الشركة في المجتمع والآثار (السلبية والإيجابية) المترتبة من أنشطتها على أصحاب المصالح في المجتمع التي تؤثر وتتأثر في أنشطة الشركة.

فالمسؤولية الاجتماعية للشركات هي منهج إداري يأخذ بعين الاعتبار دور الشركة في المجتمع والآثار (الايجابية والسلبية) المترتبة من أنشطتها على أصحاب المصالح (القطاعات المختلفة في المجتمع التي تتأثر وتؤثر في أنشطة الشركة)، حيث تتضح أهمية قطاع المشروعات الصغيرة كجزء من شبكة أصحاب المصالح في المجتمع، التي تتأثر وتؤثر في نجاح الشركة والقدرة التنافسية للاقتصاد ككل. وتستدعى النظرة إلى المسؤولية الاجتماعية كمشروع تنموي شمولي البحث عن تقاطع المصالح بين قطاع المشروعات الصغيرة وتدعيم المجتمع من كافة جوانبه، والبحث عن نقاط الالتقاء المشتركة. ومن خلال ذلك، يمكن تحديد حوافز وآليات عمل لكيفية تفعيل المسؤولية الاجتماعية. فللتوضيح يمكن القول بأن هناك التقاء مصالح بين القدرة التنافسية لقطاع الأعمال وتوفر بيئة جذابة للأعمال الريادية والمشروعات الصغيرة. وقد تم تأكيد هذا الترابط في كثير من الدراسات والبحوث في قضايا التنافسية (على اختلاف مدارسها).

تلعب المشروعات الصغيرة والمتوسطة دورا مهما في تحقيق الأهداف التنموية للألفية الجديدة. حيث تساعد تلك المشروعات في التنمية الصناعية وتساعد على تحقيق نمو اقتصادي عادل ومتوازن. وتمتلك تلك المشروعات قدرة أكبر على الانتشار من الشركات المتعددة الجنسيات والشركات الوطنية الكبيرة، التي غالبا ما تكون سلاسل تزويدها بالمدخلات محدودة وشبكات توزيعها ومبيعاتها موجهة نحو المراكز الحضرية. تركز المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الغالب على الأمد القصير، وذلك نظرا لصغر حجمها وتأثيرها المحدود وافتقارها الى الموارد والخبرات، لذلك فهي في أمس الحاجة لتطبيق برامج المسئولية الاجتماعية، ولهذا فان مد يد العون لهذه المشروعات في مرحلة مبكرة سيكون له مردود كبير،مثل إدارة المخلفات وحماية البيئة. ويحتاج الوضع إلى بذل المزيد من الجهد لخلق البيئة المواتية للمسئولية الاجتماعية للشركات في قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإزالة المدركات الخاطئة حول التكلفة المالية لهذه المسئولية في أوساط الشركات الأصغر حجما. ولعل فهم كل من الشركات والمشروعات الصغيرة والمتوسطة لاحتياجات المجتمع يساعدها على تطوير منتجات وخدمات ملائمة، وفي نفس الوقت يساعدها على تحقيق المزيد من الدخل، وخلق فرص عمل جديدة، وتوجيه أعمالها الخيرية نحو الشرائح الأقل حظا في المجتمع، وبتسهيل وصولها إلى التقنيات الجديدة والتمويل والمهارات، مما يمكن من تقاسم العائد الاقتصادي بين الشركات المتعددة الجنسية والشركات الوطنية الكبيرة وكذلك المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

لا يقوم الاقتصاد التنافسي على وجود الشركات العملاقة والكبيرة وحدها فقط، بل وبوجود بيئة جذابة للأعمال الريادية، وتوفر شبكة واسعة ومتنوعة من الموردين من المشروعات الصغيرة الكفوءة القادرة على تلبية احتياجات الشركات الكبيرة وغيرها من الأنشطة التكميلية في أي من القطاعات الاقتصادية.

يرتكز جزء كبير في مسألة إيجاد أطر عمل جذابة لبرامج المسؤولية الاجتماعية نحو خدمة مصالح المشروعات الصغيرة على دور المؤسسات الحكومية والإعلام والمؤسسات التي تخاطب باسم أصحاب المؤسسات الصغيرة.

وعليه، فإنه يمكن القول أن جزءا كبيرا في مسألة إيجاد أطر عمل جذابة لبرامج المسؤولية الاجتماعية نحو خدمة مصالح المشروعات الصغيرة يرتكز على دور المؤسسات الحكومية، والإعلام والمؤسسات التي تخاطب باسم أصحاب المشروعات الصغيرة. فعلى سبيل المثال، يمكن قيام البنوك بتوفير القروض الميسرة للمشروعات الصغيرة بدافع من المسؤولية الاجتماعية والحس الوطني، ولكن إطار عمل البنوك في الواقع قد لا يؤهلها للقيام بهذا الدور، فقد لا تتناسب تشريعات إعطاء القروض، التي تحكم عمل البنوك في الإقراض، مع احتياجات أصحاب المشروعات الصغيرة. وهنا فإنه من المهم مناقشة آلية تفعيل أطر عمل مناسبة والأدوار المختلفة.

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات التي تقع على عاتق الشركات والمؤسسات الوطنية، وهي إلتزام مستمر من قبلها بالمساهمة في تطوير وتحسين المستوى الثقافي والتعليمي والاقتصادي والصحي لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

إن معظم الشركات لا تعي مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، فهي تشمل جوانب كثيرة، منها الالتزام بالأنظمة والقوانين المتبعة، والنواحي الصحية والبيئية، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير المجتمع المحلي، والالتزام بالمنافسة العادلة، والبعد عن الاحتكار، وإرضاء المستهلك. ويرى عدد من خبراء المسؤولية الاجتماعية أن على القطاع الخاص أن يعي عائد المسؤولية الاجتماعية على المدى الطويل، فالشركات التي تعتنق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها 18% عن تلك التي ليس لديها برامج في المسؤولية. ويجب على هذه الشركات القيام بإصدار تقاريرها السنوية غير المالية، التي تحدد فيها آليتها بوضوح في المسؤولية الاجتماعية، لتحقيق مبدأ الشفافية ومساعدة وسائل الإعلام على القيام بمسؤولياتها تجاه تلك الشركة أو لا، كما تشمل الشفافية في العمل، والبعد عن الفساد الإداري والمالي والأخلاقي.. إلى غير ذلك من العوامل التي يرتبط بعضها ببعض، وتشكل في مجموعها الأساس للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

الخلاصة، أن المسئولية الاجتماعية تعتبر من أهم الواجبات التي تقع على عاتق الشركات والمؤسسات الوطنية، وهي التزام مستمر من قبلهما بالمساهمة في تطوير و تحسين المستوى الثقافي و التعليمي و الاقتصادي و الصحي لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال توفير الخدمات المتنوعة، التي من شأنها رفع مستواها بصفة خاصة والمجتمع و تغير الصور السلبية السائدة بصفة عامة. ويمكن أن تساهم المسئولية الاجتماعية للشركات في تنمية المشروعات الصغيرة من خلال عدة محاور كما يلى:

- المحور التعليمي: يعتبر هذا المحور من أهم المحاور التي تتناولها إدارة المسئولية الاجتماعية،و من خلاله تقوم المؤسسات و الشركات بتبني مجموعات متنوعة من أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، أو الشباب الراغب في عمل مثل هذه المشروعات وإدراجهم في برامج تدريبية متفرقة، كل حسب مستواه التعليمي و اتجاهاته المهنية أو الحرفية، على أن يتم تدريبهم و تطوير مهاراتهم، مما يحسن من فرصهم في إيجاد وظائف مناسبة وذات دخل معقول. و هنا تأتي مساهمة تندرج تحت مظلة المسئولية الاجتماعية ،فمن جهة هي توفر فرص وظيفية لعدد من الشباب في مختلف المجالات أو مساعدتهم في إنشاء مشاريع صغيرة تعود بالفائدة على مجتمعهم .ومن جهة أخرى تعمل على ترقية المشروعات الموجودة ورفع كفاءتها.
- محور التعاقد من الباطن: يمكن أيضا أن تقوم هذه الشركات بتشجيع التعاقد من الباطن مع عدد من المشروعات الصغيرة والمتوسطة، لتنفيذ عمليات معينة واستغلال الطاقات المتاحة بها، واستقطاب عدد آخر منها للانخراط بسلسلة التوريد العالمي لهذه الشركات، بما يتيح فرصا تصديرية لهذه المشروعات.
- "المحور الصحي: يعتبر من المحاور المهمة التي يتناولها برنامج المسئولية الاجتماعية، حيث يتوجب على المؤسسات و الشركات الوطنية المساهمة في نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع بمختف طبقاته وشرائحه، ذلك من خلال تنظيم الحملات الموجهة و تنظيم تدريبات لموظفين من مختلف التخصصات عن كيفية التعامل مع الأمراض الشائعة في المجتمع بصفة عامة، وكذلك العلاج والوقاية من المخاطر التي يحتمل أن يتعرض لها أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، الناتجة عن طبيعة العمل بهذه المشروعات بصفة خاصة.
- محور المسئولية الاجتماعية الخاص بالمتقاعدين: وذلك لأولئك الذين ما زالت لديهم قدرة على العطاء من هذه الفئة، وذلك بابتكار مشاريع تتناسب مع أعمارهم و اهتماماتهم و توفر لهم دخلاً مناسباً.

باختصار، يمكن القول بأن مشاريع المسئولية الاجتماعية تنبع من رغبة صادقة و إحساس بالمسئولية تجاه المتجمع، وتصب في كل الجهات التي من شأنها رفع المستوى العام للمجتمع في مختلف المجالات، وذلك بتوظيف كل مواردها و إمكانياتها في سبيل تنظيم آلية موحدة تخدم المشاريع والحملات الموجهة لخدمة المجتمع و أبناء الوطن من الجنسين.

سادساً: طبيعة المسؤولية الاجتماعية عند الشركات في الدول العربية

تشير التجارب العربية القائمة أو التاريخية بوضوح على الدور الاجتماعي للقطاع الخاص، فالحضارة العربية يغلب عليها تاريخيا طابع المجتمعات أكثر مما كان يعتمد على الدول، والتضامن والتكافل والتقدم الحضاري والعلمي الذي أنجز كان يعتمد على المجتمعات والأفراد أكثر من الدول.فالحضارة العربية والإسلامية كانت قائمة تاريخيا على مؤسستين متكاملتين ومستقلتين، وهما الدولة (السلطة) التي كانت تنسق شؤون الأمن والدفاع وترعى المجتمعات وتساعدها، في حين كانت المجتمعات

تنظم التعليم والرعاية والتكافل، وكانت تجربة الدولة المؤسسية التي تقوم على التنمية والرفاه والخدمات في التجربة العربية حديثة جدا. ولكن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تقف عند التبرعات للمشروعات والبرامج التنموية والخيرية، فثمة مجالات للعمل ومبادئ يجب أن الالتزام بها وسيعود ذلك على المجتمعات والدول بفوائد كبرى، ويجنبها كوارث وأزمات بيئية واقتصادية واجتماعية ستكون تكاليفها ونتائجها أكبر بكثير من التكاليف المترتبة على هذه المسؤوليات والالتزامات.ومن مجالات ومحاور هذه المسؤوليات الاجتماعية، تنظيم وإدارة الأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية، والمشاركة مع الفقراء والطبقات الوسطى (على أساس ربحي)، وحماية البيئة وتطويرها، وحماية الموارد الأساسية كالمياه والغابات والحياة البرية والتربة وتطويرها، ومكافحة الفساد وتجنبه، والتزام حقوق الإنسان والعمل والعمال، ومساعدتهم في تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل الادخار والتأمين والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح.

ومما لا شك فيه أن مستوى المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول العربية لم يصل بعد إلى ما وصل إليه في الدول الكبرى. فبالرغم من كثرة النقاش عن دور القطاع الخاص في التنمية، و خاصة بعد تقلص دور الدولة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي، إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول دون تطور فعال. و تكمن أهمية تفعيل دور القطاع الخاص في التنمية إلى امتلاكه لرأس المال و لقوة اقتصادية قادرة مع تعاونها مع القطاع العام و المجتمع المدني على إحداث نقلة حقيقية في المجتمع، مع الأخذ في الاعتبار أن في الدول العربية العديد من التجمعات التي تراعي مصالح رجال الأعمال و استثماراتهم. ومن أهم نتائج تفعيل مسؤولية القطاع الخاص هو شحذ مواردنا المحلية و الاعتماد عليها و توظيفها للتنمية، و تقليل الاعتماد على المساعدات الخارجية.

لازالت الجهود الفردية لبعض شركات القطاع الخاص غير مؤثرة وملموسة، ولكن العديد من الشركات العربية قد بدأت في الآونة الأخيرة بتبني توجه المسؤولية الاجتماعية للشركات بقوة.

و من الملاحظ في الآونة الأخيرة أن هناك بعض الجهود الفردية لبعض شركات القطاع الخاص، و خاصة الشركات الكبرى منها، التي أصبحت على وعي بمسؤولياتها الاجتماعية. و لكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو ملموسة، وقد بدأت العديد من الشركات العربية في تبني توجه المسئولية الاجتماعية للشركات بقوة.كالشركات المحلية الرائدة والرعايا المقيمين متعددي الجنسية والقليل من المشروعات الصغيرة والمتوسطة ذات الرؤية المستقبلية.وإحدى خصائص هذه الحركة هي المشاركة العربية في الاتفاق العالمي وفي شبكة دولية من الشركات والمنظمات غير الحكومية ومنظمات أخرى أنشأتها الأمم المتحدة.

وهناك أسباب عديدة تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية، من أهمها:

- عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم المؤسسات. فمن الملاحظ أن عدد الشركات المتبنية لهذه الثقافة تمثل قلة من الشركات الكبرى، في حين أن الغالبية تمثل تماما هذا المفهوم.
- غياب التنظيم لجهود معظم المؤسسات. فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حتى

تكون مؤثرة، فإنها بحاجة إلى أن تأخذ شكلاً تنظيمياً و مؤسسياً له خطة و أهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة.

- غياب ثقافة العطاء للتنمية، حيث أن معظم جهود المؤسسات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم، دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري و مستدام.
- قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس المجهودات، فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.

إن المسئولية الاجتماعية للمؤسسات لا تعني مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية و عمل حملات تطوعية، و إنما تتسع لتشمل مسئوليتهما تجاه أفراد المجتمع المتعاملين معهما و العمل على فتح باب رزق للشباب، فخلقهم لمشاريع الشباب لاستيعاب البطالة مثلاً يعد من أسمى ما يمكن القيام به من عطاء ، فيجب أن يكون للشركات الكبيرة و المؤسسات و خصوصا الشباب دور تنموي أساسي، و أن يصبح العطاء من أجل التنمية جزء لا يتجزأ من أنشطة هذه الشركات ، و كي تصبح المسئولية الاجتماعية مؤثرة فهي في حاجة لأن تأخذ شكلاً تنظيمياً و مؤسسياً له خطة و أهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة و خيرية قد تؤدى إلى الإتكالية، و هذا يستدعى وضع خطة تغيير مجتمعي لنهضة الفرد المصري و يكون أوائل المستفيدين منها هم المؤسسات و المستثمرين.

يتضح مما سبق أننا بحاجة إلى مجهودات كبيرة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية و ثقافة العطاء التنموي بين المؤسسات و الشركات الكبرى في مصر. ويجب نشر هذه الثقافة من خلال إبراز الواجب الأخلاقي و الوطني الذي يحتم على المؤسسات القيام به، وكذلك من خلال وضع القوانين المحفزة للمؤسسات، التي تجعل من عطائهما حافزا لإنجاح و ترويج أنشطتهما التجارية. ومن الضروري التأكيد على أن نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بين الشركات والأفراد يحتاج إلى سنوات، وأن الشركات وخاصة منها تلك التي تريد التوسع في الخارج ستضطر إلى تبني برامج مسئولية اجتماعية أسوة بالشركات في الدول المتقدمة. ولذلك فإنه يتوجب على الشركات تبني برامج عمل علمية محددة في مجال المسؤولية يمكن تقييمها وقياس مردودها.

سابعاً: ملاحظات ختامية

يمكن تلخيص بعض التوصيات والملاحظات الختامية من أجل النهوض بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، بما يلي:

- دور الحكومات: ويتمثل في توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية، وفي إعطاء القدوة الحسنة للشركات من خلال الإفصاح والإعلان بشفافية عن سياسات الحكومة المختلفة وتوفير المعلومات وإتاحتها، وتحسين نظم الحوكمة في الهيئات والإدارات الحكومية المختلفة، وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص، كما يتمثل في تشجيع الشركات على التزامها بمسئوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح من خلال الحوافز الضريبية والامتيازات الخاصة بالمناقصات الحكومية، لفترة محددة وربطها بتحقيق أهداف اجتماعية بعينها، وكذلك في منح بعض الجوائز المالية والمعنوية لتشجيع الشركات على المساهمة الفعالة في برامج المسئولية الاجتماعية لرأس المال.

- دور منظمات الأعمال: ويتمثل في تحديد مفهوم المسئولية الاجتماعية لرأس المال، على نحو يعكس الواقع الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع العربي، كما يتمثل في تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات وزيادة الوعي لدى هذه الشركات، خاصة الصغيرة والمتوسطة، بأهمية هذه البرامج وأثرها على أرباح الشركات في المدى المتوسط والطويل وعلى اندماجها في سلاسل التوريد العالمية، وفي ترتيب أولويات التنمية الاجتماعية التي يتعين على قطاع الأعمال استهدافها وتحديد أكفأ الطرق للتعامل معها، وكذلك في رسم إستراتيجية متكاملة للمسئولية الاجتماعية لرأس المال يتم بناء عليها تحديد الأولويات التي سيتم التعامل معها وأيضا المبادئ العامة التي يجب التزام الشركات بها عند تنفيذ برامج المسئولية الاجتماعية، وفي تحديد إطار زمني لتنفيذ هذه الإستراتيجية واختيار بعض المؤشرات التي تقيس مدى نجاح برامج الإستراتيجية في تحقيق الأهداف المرجوة منها، كذلك يتمثل في تشجيع الشركات على الإفصاح والشفافية، وعلى تبني معاييرمحددة بخصوص الإفصاح عن البيانات غير المالية الخاصة ببرامج المسئولية الاجتماعية.
- دور القطاع الخاص: ويتمثل هذا الدور في أنه يتعين على كل شركة تضمين سياساتها رسالة خاصة بها في تحمل مسئوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح، على النحو الذي يؤكد على حماية أصول الشركة، واحترام حقوق أصحاب المصالح، كما يتمثل في تبني الشركات سياسة واضحة للتنمية البشرية، بحيث تنص على مشاركة العاملين في الشركات في إدارتها من خلال مراجعة الميزانيات السنوية وتحديد الأجور ومستوى الرعاية الصحية التي يتمتعون بها وأيضا التدريب الذي يحتاجون إليه، وفي التزام الشركات بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس إدارات هذه الشركات ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم الشركات بتطبيقها. وباهتمام الشركات بتلبية التزاماتها تجاه عملائها وسعيها جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم. كما يتمثل هذا الدور بضرورة مراعاة الاعتبارات البيئية أثناء ممارسة الشركات لنشاطها الاقتصادي، وبإعداد توجيهات استرشادية للمسئولية الاجتماعية.
- دور الإعلام: ويتمثل في تفعيل أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية، برغم من أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية لكنه لا يزال يفتقر لمفردات الوعي بالمسؤولية الاجتماعية إلى حد عدم التفريق بينها وبين ممارسات أخرى لذا من الجيد الإعلان عن الجهود الاجتماعية المبذولة حتى نكون قدوة للآخرين، ومن ثم يتسابق الجميع في هذا المضمار لتحقيق قدر أكبر من المنفعة للمجتمع.
- دور الشركات عابرة القارات: الذي يتمثل في تقديم خبراتها المتراكمة من العمل في مجال المسئولية الاجتماعية لرأس المال في الدول المختلفة، خاصة ما يتعلق منها بالبرامج الفعالة والمؤثرة وكيفية تنفيذها وتمويلها وكذلك أسلوب ومنهجية المتابعة والتقييم والإفصاح وإعداد التقارير، وفي تقديم الدعم للشركات المحلية خاصة في مجال تدريب المدربين وتأهيلهم في مجال رسم وتنفيذ برامج المسئولية الاجتماعية لرأس المال.

المراجع العربية

إبراهيم غرايبة، المسؤولية الاجتماعية للشركات،متاح في

htm.325443/4/http://www.elaph.com/ElaphWeb/Economics/2008

صالح السحيبانى 2009، المسئولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حاله تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولى حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييم استشراف" بيروت، لبنان ،23-25 مارس .

نهال المغربل 2008، ياسمين فؤاد، المسئولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدوليه،المركز المصرى للدراسات الاقتصاديه،ورقة عمل 138،ديسمبر.

المراجع الانجليزية

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/2201F96E-A1B14198--AA4F-57962E7F8BD8.htm

http://www.cipe-arabia.org/files/html/art0403.htm

http://www.csr.gov.uk/whatiscsr.shtml

http://www.eswwds.org.eg/CSR.htm

http://www.alaswaq.net/save_print.php?save=1&cont_id=13621

http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility

http://www.masry.gov.eg/SocialResponsibility.aspx

قائمة إصدارات ((جسر التنمية))

العنوان	المؤلف	رقم العدد
مفهوم التنمية	د. محمد عدنان وديع	الاول
مؤشرات التنمية	د. محمد عدنان وديع	الثاني
السياسات الصناعية	د. احمد الكواز	الثالث
الفقر: مؤشرات القياس والسياسات	د. علي عبدالقادر علي	الرابع
الموارد الطبيعية واقتصادات نفاذها	أ. صالح العصفور	الخامس
استهداف التضخم والسياسة النقدية	د. ناجي التوني	السادس
طرق المعاينة	أ. حسن الحاج	السابع
مؤشرات الارقام القياسية	د. مصطفى بابكر	الثامن
تنمية المشاريع الصغيرة	أ. حسّان خضر	التاسع
جداول المخلات المخرجات	د. أحمد الكواز	العاشر
نظام الحسابات القومية	د. أحمد الكواز	الحادي عشر
إدارة المشاريع	أ. جمال حامد	الثاني عشر
الاصلاح الضريبي	د. ناجي التوني	الثالث عشر
أساليب التنبؤ	أ. جمال حامد	الرابع عشر
الادوات المالية	د. رياض دهال	الخامس عشر
مؤشرات سوق العمل	أ. حسن الحاج	السادس عشر
الإصلاح المصرفي	د. ناجي التوني	السابع عشر
خصخصة البنى التحتية	أ. حسّان خضر	الثامن عشر
الارقام القياسية	أ. صالح العصفور	التاسع عشر
التحليل الكمي	أ. جمال حامد	العشرون
السياسات الزراعية	أ. صالح العصفور	الواحد والعشرون
اقتصاديات الصحة	د. علي عبدالقادر علي	الثاني والعشرون
سياسات أسعار الصرف	د. بلقاسم العباس	الثالث والعشرون
القدرة التنافسية وقياسها	د. محمد عدنان وديع	الرابع والعشرون
السياسات البيئية	د. مصطفى بابكر	الخامس والعشرون
اقتصاديات البيئة	أ. حسن الحاج	السادس والعشرون
تحليل الاسواق المالية	أ. حسّان خضر	السابع والعشرون
سياسات التنظيم والمنافسة	د. مصطفى بابكر	الثامن والعشرون
الازمات المالية	د. ناجي التوني	التاسع والعشرون
إدارة الديون الخارجية	د. بلقاسم العباس	الثلاثون
التصحيح الهيكلي	د. بلقاسم العباس	الواحد والثلاثون
نظم البناء والتشغيل والتحويل B.O.T	د. امل البشبيشي	الثاني والثلاثون
الاستثمار الاجنبي المباشر: تعاريف	أ. حسّان خضر	الثالث والثلاثون
محددات الاستثمار الاجنبي المباشر	د. علي عبدالقادر علي	الرابع والثلاثون
نمذجة التوازن العام	د. مصطفى بابكر	الخامس الثلاثون
النظام الجديد للتجارة العالمية	د. أحمد الكواز	السادس الثلاثون
منظمة التجارة العالمية: إنشاؤها وآلية عملها	د. عادل محمد خليل	السابع والثلاثون
منظمة التجارة العالمية: أهم الإتفاقيات	د. عادل محمد خليل	الثامن والثلاثون
منظمة التجارة العالمية: آفاق المستقبل	د. عادل محمد خليل	التاسع والثلاثون
النمذجة الإقتصادية الكلية	د. بلقاسم العباس	الاربعون
تقييم المشروعات الصناعية	د. احمد الكواز	الواحد الإربعون
مؤسسات والتنمية	د. عماد الامام	الثاني الإربعون
التقييم البيئي للمشاريع	أ. صالح العصفور	الثالث الإربعون
مؤشرات الجدارة الإئتمانية	د. ناجي التوني	الرابع الاربعون

الدمج المصرفي	أ. حسّان خضر	الخامس الأربعون
اتخاذ القرارات	أ. جمال حامد	السادس الاربعون
الإرتباط والانحدار البسيط	أ. صالح العصفور	السابع الإربعون
ادوات المصرف الإسلامي	ا. حسن الحاج	الثامن الإربعون
البيئة والتجارة والتنافسية	د. مصطفى بابكر	التاسع الاربعون
الاساليب الحديثة لتنمية الصادرات	د. مصطفى بابكر	الخمسون
الاقتصاد القياسي	د. بلقاسم العباس	الواحد والخمسون
التصنيف التجاري	أ. حسّان خضر	الثاني والخمسون
أساليب التفاوض التجاري الدولي	أ. صالح العصفور	الثالث والخمسون
مصفوفة الحسابات الاجتماعية وبعض استخداماتها	د. أحمد الكواز	الرابع والخمسون
منظمة التجارة العالمية: من الدوحة إلى هونج كونج	د. أحمد طلفاح	الخامس والخمسون
تحليل الاداء التنموي	د. علي عبد القادر علي	السادس والخمسون
أسواق النفط العالمية	أ. حسّان خضر	السابع والخمسون
تحليل البطالة	د. بلقاسم العباس	الثامن والخمسون
المحاسبة القومية الخضراء	د. احمد الكواز	التاسع والخمسون
مؤشرات قياس المؤسسات	د. علي عبدالقادر علي	الستون
الإنتاجية وقياسها	د. مصطفى بابكر	الواحد والستون
نوعية المؤسسات والاداء التنموي	د. علي عبدالقادر علي	الثاني والستون
عجز الموازنة: المشكلات والحلول	د. حسن الحاج	الثالث والستون
تقييم برامج الإصلاح الاقتصادي	د. علي عبد القادر علي	الرابع والستون
حساب فجوة الاهداف الإنمائية للألفية	د. رياض بن جليلي	الخامس والستون
مؤشرات قياس عدم العدالة في توزيع الإنفاق الاستهلاكي	د. علي عبدالقادر علي	السادس والستون
اقتصاديات الاستثمار: النظريات والمحددات	أ. عادل عبدالعظيم	السابع والستون
اقتصاديات التعليم	د. عدنان وديع	الثامن والستون
اخفاق آلية الاسواق وتدخل الدولة	د. أحمد الكواز	التاسع والستون
مؤشرات قياس الفساد الإداري	د. علي عبدالقادر علي	السبعون
السياسات التنموية	د. احمد الكواز	الواحد والسبعون
تمكين المرأة: المؤشرات والأبعاد التنموية	د. رياض بن جليلي	الثاني والسبعون
التجارة الخارجية والنمو الاقتصادي	د. احمد الكواز	الثالث والسبعون
قياس التحوّل الهيكلي	أ. ربيع نصر	الرابع والسبعون
المؤشرات المركبة	د. بلقاسم العباس	الخامس والسبعون
التطورات الحديثة في الفكر الاقتصادي التنموي	د. علي عبدالقادر علي	السادس والسبعون
برامج الإصلاح المؤسسي	د. رياض بن جليلي	السابع والسبعون
المساعدات الخارجية من أجل التنمية	د. بلقاسم العباس	الثامن والسبعون
قياس معدلات العائد على التعليم	د. علي عبدالقادر علي	التاسع والسبعون
خصائص أسواق الاسهم العربية	د.ابراهيم أونور	الثمانون
التجارة الخارجية والتكامل الاقتصادي الإقليمي	د.أحمد الكواز	الواحد والثمانون
النمو الاقتصادي المحابي للفقراء	د.علي عبدالقادر علي	الثاني والثمانون
سياسات تطوير القدرة التنافسية	د. رياض بن جليلي	الثالث والثمانون
عرض العمل والسياسات الاقتصادية	د. وشاح رزاق	الرابع والثمانون
دور القطاع التمويلي في التنمية	د. وليد عبد مولاه	الخامس والثمانون
تطور أسواق المال والتنمية	د. إبراهيم اونور	السادس والثمانون
بطالة الشباب	د. وليد عبد مولاه	السابع والثمانون

الاستثمارات البينية العربية	د. بلقاسم العباس	الثامن والثمانون
فعالية أسواق الاسهم العربية	د. إبراهيم اونور	التاسع والثمانون
المسئولية الاجتماعية للشركات	**د. حسين الاسرج**	**التسعون**

العدد المقبل

البنية الجزئية لأسواق الأوراق المالية	**د. وليد عبد مولاه**	**الواحد والتسعون**

للاطلاع على الأعداد السابقة يمكنكم الرجوع إلى العنوان الإلكتروني التالي:

http://www.arab-api.org/develop_1.htm



المعهـد العربي للتخطيـط بالكويــت

ص.ب : 5834 الصفاة 13059 - دولة الكويت
هاتف : 24848754- 24844061 - 24843130 - (965)
فاكس : 24842935



P.O.Box : 5834 Safat 13059 State of Kuwait
Tel : (965) 24843130 - 24844061 - 24848754
Fax : 24842935

E-mail : api@api.org.kw
web site : http //www.arab-api.org